

ам з лётчыкамі адной з найстарэйшых авіяцыйных баз прадпрыемства “Беллесавіа”, Салігорскай, наш карэспандэнт дзяжурыв у небе ў першы гарачыя дні ліпеня.

Адпаведна заяўленаму часу, палёт МІ-2 пачаўся роўна а трынаццатай гадзіне. Курс ляжаў на захад, уздоўж Чырвонаслабодскага вадасховішча, да вёскі Заастравечча. Экіпаж верталёта здзяйсняе патрульныя рэйды над паўднёва-заходняй часткай Міншчыны, аглядаючы з нябёсаў не толькі Салігорскі, але і Любанскі, Старадарожскі, Слуцкі, частку Капыльскага і Клецкага раёнаў. Толькі-толькі борт набраў зададзеную вышыню, увагу лётчыка-назіральніка Андрэя Ганчарэнкі прыцягнуў шэры слуп дыму над лесам у раёне гарадскога пасёлка Старобін. Вінтакрылая машыня робіць разварот на 180 градусаў і імчыцца ў зону небяспекі. Пілот, камандзір верталёта з 20-гадовым стажам Сяргей Касабуцкі прымушае свой МІ-2 легчы амаль на бок і робіць некалькі кругавых аблётаў вакол пылаючай плячоўкі. З вышыні добра бачна, што полымем ахоплена каля 3 сотак лесу, і калі не прыняць экстраныя меры, плошча небяспекі хутка ўзрасце ў дзясяткі разоў.

Лётчык-назіральнік прымае рашэнне высадзіць дэсант...» Рэпартаж мае чыста інфарматыўны, справавы характар, аўтарскае «я» практычна не выражана, колькасць вобразна-выразных сродкаў зведзена да мінімуму.

Кампазіцыйная схема рэпартажу звычайна ўключае наступныя часткі: зачын (застаўка), апісанне як асноўная частка тэксту, апавяданне, элемент інтэрв’ю, публіцыстычнае абагульненне, канцоўка. Рэпартажы з ярка выражаным аўтарскім «я» звычайна ўключаюць усе гэтыя састаўныя элементы, у той час як кароткія рэпартажы інфармацыйнага тыпу часцей уключаюць толькі некаторыя з іх.

Маргарыта Цыбульская

Белорусский государственный университет

ЖУРНАЛИСТСКИЙ ТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ В ДИСКУРСНОМ АНАЛИЗЕ СМИ

Журналистский текст как объект исследования представляет интерес для многих общественных наук, изучающих различные аспекты человеческой деятельности: философии, психологии, социологии, лингвистики. На сегодня журналистский текст является когнитивным каналом, который передает и транслирует знания человека и отражает процессы, происходящие в общественном и индивидуальном сознании. В связи с этим актуальным является определение самой дефиниции «журналист-

ский текст». В современной науке мы встречаем различные определения текстов, целью которых является описание того или иного объекта действительности через призму авторского восприятия: публицистический текст, газетный текст, медиатекст, текст СМИ, текст СМК и т. д. Как справедливо отмечает профессор Ивченков В.И., «ствараецца ўражанне, што даследчыкі з асцярожкай ставяцца да надання гэтаму паняццю тэрміналагічнага значэння» [3, с. 19]. В основном под понятием «журналистский текст» авторы имеют в виду продукт журналистской деятельности. Однако встает вопрос: что мы считаем этим продуктом? Тексты дипломированных журналистов? Но тогда это определение далеко от действительности. Сегодня мы не можем утверждать, что современное лингвистическое, социальное и медийное пространство формирует журналистская элита. Сегодня в век «народной журналистики» (по определению проф. В. Ивченкова – массовой) транслировать свой социальный и лингвистический опыт может любой пользователь сети интернет.

Современная методология имеет более 300 определений понятия «текст», где очевидна зависимость понятия «текст» от аспекта исследования [1, с. 22]. Исходной точкой наших размышлений послужит понимание «текста» как основной единицы языка и речи, включающей законченную мысль, высказывание. Каждый текст конкретен, обозрим, а следовательно, поддается системному анализу, который строится на принципах взаимозависимости и взаимообусловленности, на дискурсивной природе любого объекта действительности, на диалогичности языка, текста, познания и личности. Текст рассматривается теперь как знаковое тело дискурса, трактуемое в свою очередь как «коммуникативное событие», разыгрывающееся между субъектом, референтом и адресатом высказывания [2, с. 95]. Поэтому представляется возможным эмпирической базой исследования считать тексты, где участники коммуникативного события способны репрезентировать личностные качества, представления и убеждения, а также влиять на представления и убеждения друг друга с возможным их изменением, но уже на уровне возможного изменения не только друг друга, но и последующим изменением всех включившихся в коммуникативное событие. Таким образом, под «журналистскими текстами» в современных реалиях возможно понимать все тексты, подходящие под данное определение и входящие в медийное пространство.

Журналистский текст в новой коммуникативной парадигме рассматривается как продукт перлокутивных актов и когнитивных стратегий. При этом производство и интерпретация текста может вестись на не-

скольких уровнях одновременно, описать которые можно посредством дискурс-анализа: особенности медиатекста как сложного коммуникативного явления находят выражение в языковой форме, в свою очередь языковая форма, представленная в медиатексте, репрезентирует особенности дискурса СМИ.

Дискурсный анализ журналистских текстов – это не только возможность познания мира, самопознания, но и возможность конструирования общественной идеологической семантики. Огромный идеологический потенциал любого журналистского текста в том, что его языковые модели предстают не только в своем прототипичном, стереотипном виде, но и сугубо индивидуальными конструкциями. Такой подход позволит найти наиболее эффективные методы создания журналистского текста, определить эффективные формы подачи информации, формировать и развивать коммуникативные установки, нацеленные на достижение рапорта между адресантом и адресатом, выявив в современных журналистских текстах типологизированные и индивидуальные модификации, которые позволят определить наиболее характерные способы современной коммуникации.

Литература

1. Богуславская, В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / В.В. Богуславская. – М.: Издательство ЛКИ, 2013. – 280 с.
2. Дейк, Т.А. ванн: Язык. Познание. Коммуникация / Пер. с англ.; Сост. В.В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Іўчанкаў, В.І. Дыскурс беларускіх СМІ / В.І. Іўчанкаў. – Арганізацыя публіцыстычнага тэксту. – Мінск.: БДУ, 2003. – 257 с.

Дарья Шевцова

Северо-Кавказский федеральный университет (Россия)

ОБРАЗ БУДУЩЕГО В СОВРЕМЕННОЙ КОЛУМНИСТИКЕ (на материале колонки Г. Ревзина «Зима близко»)

Анализируя образность колумнистики, мы сталкиваемся со сложностью выбора метода исследования, что обусловлено двойственной природой этого жанра, сочетающего в себе как литературные, так и публицистические черты. Соответственно, в текстах колумнистов обнаруживаются образы не только публицистические, имеющие в своей основе факт действительности, но и образы, которые можно охарактеризовать